



Escuela Universitaria  
de **Turismo**

---

**ALTAMIRA**

# **GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA**

## **Trabajo Fin de Grado**

**Curso académico 2020/2021**

**RONALD VARGAS GANDARILLAS**

**LAS OFICINAS DE CONVENCIONES. ELEMENTO DINAMIZADOR  
DE UN DESTINO**

**CONVENTION BUREAU. ENERGIZER OF A TOURIST  
DESTINATION**

**DIRECTORA**

**DÑA. MARÍA CRISTINA TORRE BALSEIRO**



Escuela Universitaria  
de **T u r i s m o**

---

**ALTAMIRA**

## **GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA**

### **Trabajo Fin de Grado**

**Curso académico 2020/2021**

Fecha de entrega: 02/09/2021

---

**AUTOR: Ronald Vargas Gandarillas**

**TÍTULO: Las oficinas de convenciones. Elemento dinamizador de un destino**

**DIRECTORA: María Cristina Torre Balseiro**

---

**TRIBUNAL:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

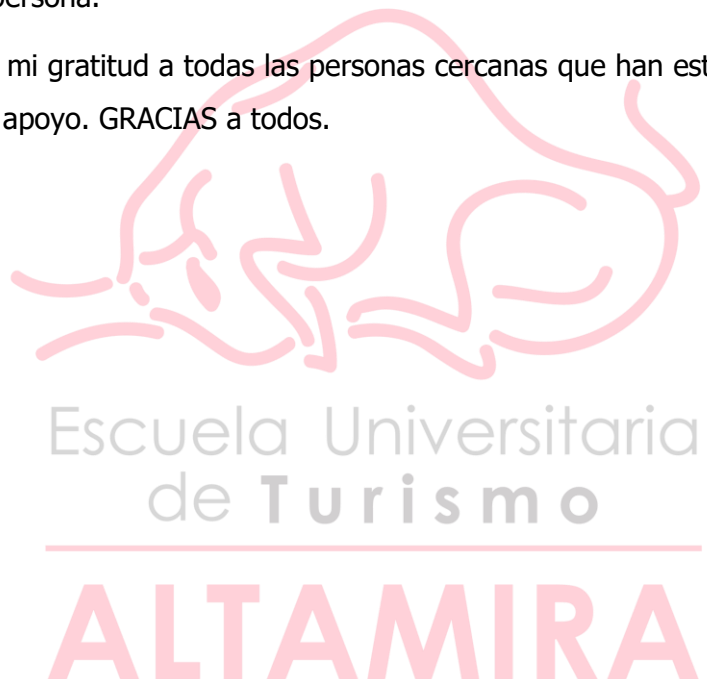
**Firma:**

*En Santander a*

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, me gustaría agradecer a todos los profesores de la Escuela de Turismo Altamira por todo su tiempo y dedicación a lo largo de estos años. También me gustaría agradecer a mi directora de TFG María Cristina Torre Balseiro, que me ha guiado en la realización de este trabajo. Por otra parte, también me gustaría agradecer a la directora de la oficina de convenciones de Santander, Carmen Sampedro, que no dudó en colaborar conmigo aun siendo unas fechas complicadas, a la Coordinadora del Servicio de Información Turística y Publicaciones. CANTUR, S.A, Carolina Gómez Paniagua, que desde el primer momento sabía que podría contar con su colaboración, así como a la directora del Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander, Ana Cavada Sáinz-Trápaga, una persona que admiro y aprecio como profesional y como persona.

Por último, expresar mi gratitud a todas las personas cercanas que han estado cerca de mi y me han brindado su apoyo. GRACIAS a todos.



## RESUMEN

Las oficinas de convenciones cuyo principal cometido es la promoción de la infraestructura de un destino preparado para acoger todo tipo de actos, tiene como objetivo conseguir atraer al destino diferentes tipos de clientes potenciales a la ciudad que promociona.

El propósito de este trabajo de fin de grado es realizar un estudio socioeconómico y cultural de las oficinas de convenciones respecto a los efectos que causan en un destino, tanto de forma directa o indirecta y cómo influye en el desarrollo turístico de una ciudad, en este caso Santander.

Además, se presenta información de cara a un futuro próximo y la opinión de diferentes profesionales del sector turístico, aportando su visión de la posible evolución del mismo en Santander.

**Palabras clave:** oficinas de convenciones, Turismo, Destino, Promoción, Actos.

## ABSTRACT

The main commitment of Convention Bureau is the promotion of the infrastructure of a destination prepared to hold all different types of events, it has the objective to boost the destination bringing potential clients to the city promoted.

The aim of this final degree project is to perform an economic, social, and cultural research of the Convention Bureau related to the effects they cause to a destination, either directly or indirectly and how affects to the touristic development of a city, in this case Santander.

Besides, it exposes information of a nearly future and the opinion of professionals of the tourism sector, contributing with their vision of the possible evolution of this element in Santander.

**Keywords:** Convention Bureau, Tourism, Destination, Promotion, Acts.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Finalidad.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2. Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Marco teórico.....</b>	<b>8</b>
<b>2. METODOLOGÍA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Ficha técnica de la entrevista y de la encuesta.....</b>	<b>9</b>
<b>3. OFICINAS DE CONVENCIONES.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1. Funcionamiento y ciudades destacadas en España .....</b>	<b>10</b>
<b>3.2. Impacto y relacionamiento con el turismo de congresos. ....</b>	<b>11</b>
<b>3.3. El turismo de congresos y convenciones evoluciona constantemente y cambia. ....</b>	<b>12</b>
<b>3.4. Dinamizador de un destino.....</b>	<b>14</b>
<b>4. PRINCIPALES AGENTES DE UN DESTINO MICE .....</b>	<b>15</b>
<b>4.1. Comercio, transporte y cultura.....</b>	<b>15</b>
<b>4.2. Infraestructura.....</b>	<b>17</b>
<b>5. SANTANDER UNA CIUDAD DE CONGRESOS.....</b>	<b>18</b>
<b>5.1. SEDES DE REUNIONES (Fuente: Santander Convention Bureau) .....</b>	<b>19</b>
<b>5.1.1 EL PALACIO DE LA MAGDALENA.....</b>	<b>19</b>
<b>5.1.2 PALACIO DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS DE SANTANDER .....</b>	<b>20</b>
<b>5.1.3 PALACIO DE FESTIVALES .....</b>	<b>21</b>
<b>5.1.4 CENTRO BOTÍN .....</b>	<b>22</b>
<b>5.1.5 PALACIO DE DEPORTES .....</b>	<b>23</b>
<b>5.1.6 GRAN CASINO DEL SARDINERO .....</b>	<b>24</b>
<b>5.1.7 TEATRO CASYC.....</b>	<b>25</b>
<b>5.1.8 ESCENARIO SANTANDER .....</b>	<b>26</b>

<b>6. LAS OFICINAS DE CONVENCIONES EN EL FUTURO.....</b>	<b>27</b>
<b>6.1. Antes y después de la crisis pandémica.....</b>	<b>27</b>
<b>6.2. Perspectivas internas, entrevista a figuras importantes del sector.         (entrevistas completas anexo I). ....</b>	<b>29</b>
<b>1. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....</b>	<b>30</b>
<b>2. ÍNDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS.....</b>	<b>32</b>
<b>3. REFERENCIAS .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1. WEBGRAFÍA.....</b>	<b>33</b>
<b>4. ANEXOS.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1. Anexo I.....</b>	<b>35</b>
<b>4.2. Anexo II .....</b>	<b>45</b>



Escuela Universitaria  
de **Turismo**

---

**ALTAMIRA**

# **1. INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Finalidad**

Las oficinas de convenciones (Convention Bureau) en la actualidad son el elemento clave en el desarrollo de un destino, especialmente cuando se trata de mejorar la calidad de vida e impulsar la economía de un lugar concreto.

Decenas de ciudades españolas han desarrollado este modelo que sigue en alza en vista de acoger grandes actos, reuniones, congresos y eventos, con el objetivo de exhortar las capacidades locales del mismo para albergar dichos sucesos y así potenciar la economía y atraer al sector de Turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE) a la región.

Dada la evolución del turismo en las últimas décadas, hemos pasado de acoger un turismo masivo de sol y playa a desarrollar diferentes modalidades que cada vez son más atractivas para diferentes nichos de mercado entre ellas destaca el turismo de congresos y convenciones.

Actualmente, IDCONGRESS define las salas de convenciones como entidades públicas que buscan promocionar ciudades, regiones o países a los que representan como un lugar idóneo para la acogida de actos profesionales, son el impulsor y engranaje fundamental para el desarrollo del sector turístico, además de ofrecer oportunidades y herramientas a empresas locales y al comercio.

Escuela Universitaria  
de Turismo

## **1.2. Objetivos**

Como objeto principal para este TFG con que concluirán mis estudios de grado en Gestión Hotelera y Turística es necesario desarrollar un estudio previo al modelo actual y la evolución de las oficinas de convenciones para posteriormente establecer una estructura más adecuada y proponer nuevos modelos de actuación para mejorar el relacionamiento entre este y los destinos al que afecta, teniendo en cuenta las variables y agentes que interactúan y tienen relación con el turismo local, regional y que beneficios aporta a la economía.

Una vez establecida las bases, teniendo en cuenta la situación actual (Covid-19) tendremos que elaborar propuestas que puedan ser viables para la mejora de este elemento dinamizador del destino, centrándonos en Santander y Cantabria en general.

Una vez desarrollado los modelos y propuestas, deberíamos ser capaces de hacer frente a fenómenos como la estacionalidad, obtener la confianza de los clientes potenciales post pandemia y maximizar la difusión y utilización de las salas de convenciones para poder

diferenciarnos como ciudad de congresos generando una imagen de excelencia y correlación de armonía tanto en cuanto a la infraestructura de la ciudad como los diferentes recintos donde se llevan a cabo los diferentes tipos de actos, así como otros que inciden directa o indirectamente es decir, empresas de tecnología, bares, restaurantes, empresas de transportes, guías turísticos, caterings y otras empresas mejorando la calidad general y el turismo sostenible como ciudad inteligente.

### **1.3. Marco teórico**

Cuando pensamos en el impacto socioeconómico que representan las oficinas de convenciones, según Spain Convention Bureau podemos observar una evolución positiva y creciente del sector turístico de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones en España, hasta el 2019 antes de la crisis derivada de la pandemia. De acuerdo con SCB (Santander Convention Bureau), las oficinas de convenciones nacen de la necesidad de atraer clientes objetivos para la ciudad en la que se sitúa, en España este fenómeno sin ánimo de lucro surge a partir de instituciones públicas con la participación de entidades públicas o privadas como la cámara de comercio u otros derivados del sector turístico.

En 2018 según datos de Hosteltur España ya facturaba más de 6000 millones de euros, en congresos lo cual llevó al país a ser el cuarto del mundo en este sector por este tipo de facturación, por detrás de Estados Unidos, Alemania y Reino Unido, según el balance presentado por el Spain Convention Bureau (SCB). Esta entidad dependiente, de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), informó en su reunión anual en Las Palmas de Gran Canaria, con la participación de 57 ciudades españolas y junto a representantes y profesionales del sector del turismo de reuniones.

De acuerdo con un artículo de Nexotur (2019) "el impacto económico de la actividad congresual en España alcanza los 6.638 millones de euros." Donde la mayoría de los eventos han tenido una duración de hasta 2 días. Para el correcto funcionamiento del sector congresual y de todo tipo de actos es necesario más que nunca reforzar los Convention bureau en sus métodos de actuación para armonizar el turismo de congresos con el de sol y playa, gastronómico, cultural entre otros, para poder destacar un elemento diferenciador en nuestra región ( Cantabria) que resulte atractiva para los clientes potenciales locales, nacionales e internacionales sobre todo después de la pandemia donde el sector volverá a actuar con fuerza.



## 2. METODOLOGÍA

Para el estudio de este trabajo se hará un estudio de fuentes secundarias del sector turístico (Hosteltur, Nexotur, Preferente, Tourinews) que aporten información veraz en los últimos años y de cara al futuro. Como referencias de fuente primaria nos apoyaremos en diferentes entrevistas a profesionales del sector como Carmen Sampedro (directora de la oficina de congresos de Santander) que proporcionen información y perspectiva para poder realizar un estudio analítico sobre la situación.

Igualmente visitaremos diferentes recintos en Santander especializados en albergar actos de diferente índole (Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander, Palacio de Festivales, Palacio de deportes, Palacio de la Magdalena etc.)

### 2.1. Ficha técnica de la entrevista y de la encuesta

**Herramienta:** cuestionario simple de opinión y preguntas cortas vía correo electrónico, y dos entrevistas; una en persona y otra vía llamada telefónica y correo.

**Táctica:** entrevista estructurada llevada a cabo de forma personal y formulario enviado por correo electrónico.

**Ámbito de actuación:** Santander y otros que se nutren de las oficinas de convenciones.

Periodo de realización: agosto de 2021

**Instrumento:** cuestionario de 15 preguntas

**Nombre y cargo de los entrevistados:**

- **Ana Cavada Sáinz-Trápaga** (directora del Palacio De Exposiciones y Congresos De Santander).
- **Carmen Sampedro** (directora de la oficina de convenciones de Santander).
- **Carolina Gómez Paniagua** (Coordinadora Servicio de Información Turística y Publicaciones. CANTUR, S.A).

**Medio:** entrevista personal tipo podcast y correo electrónico

**Periodo de realización:** agosto 2021

### 3. OFICINAS DE CONVENCIONES

#### 3.1. Funcionamiento y ciudades destacadas en España

En España contamos actualmente con una red de entidades locales que consta de 57 destinos de congresos, denominada Sección Española de Ciudades de Congresos.

Estos destinos repartidos por todo el país cuentan con recursos técnicos y humanos suficientes para la organización de actos y eventos dirigidos a un aforo mínimo de 500 personas. En España esta red de entidades viene representada por Spain Convention Bureau (SCB), creada en 1984 con la finalidad de potenciar la promoción nacional e internacional de las entidades y ciudades, así como la publicitación a escala global de sus ciudades miembro entre otros.

En España destacan ciudades como Barcelona, Madrid, que se sitúan entre las primeras 5 ciudades del mundo que más organizan congresos a lo largo del año, y España es el tercer país del mundo que más organiza todo tipo de actos por detrás de Estados Unidos y Alemania, según un artículo de Europapress de mayo de 2019. Datos según ICCA (asociación de congresos y convenciones internacional):



*Ilustración 1 Ciudades que acogen más convenciones y congresos, (ICCA)*

Las oficinas de convenciones de cada ciudad de congresos a su vez, se encargan de promocionar su ciudad en cuestión y de atraer al público objetivo para llevar a cabo dicho evento. Cada sala de convenciones forma parte de una oficina de turismo de su ciudad, como es el caso de Santander, que forma parte de la oficina de turismo de Santander.



*Ilustración 2 y 3. Santander Convention Bureau y Spain Convention Bureau. Fuente: sbc.es*

### **3.2. Impacto y relacionamiento con el turismo de congresos.**

Para poder entender las salas de convenciones y su impacto en el turismo de congresos es preciso referenciar una entrevista realizada el 8 de junio de este año por IDCongress a **Violeta Matas** ([enlace a la entrevista en webgrafía](#)), una profesional experta del sector y que pertenece al grupo de las figuras que trabajan y representan a Spain Convention Bureau. (salas de convenciones de España). De acuerdo con Violeta Matas, las salas de congresos y convenciones se encargan no solo de promocionar sino también, de facilitar por todos los medios posibles la realización de esos eventos que se van a llevar a cabo en un destino, de la misma manera indica que Las agencias a veces desconocen el potencial de las salas de convenciones o asociaciones. Esto es ocasionado muchas veces por la rotación de los presidentes o comités de las organizaciones organizadoras que van cambiando cada cierto tiempo, lo que acaba dificultando que los mismos sean conscientes de este elemento a largo plazo. De acuerdo con la entrevista señala que a veces es una labor silenciosa que no se aprecia tanto, pero cuando hay que movilizar a mucha gente de una ciudad hay que tener en cuenta desde los servicios públicos, que no se paralice el tráfico, que no se paralicen los autobuses, o tener permisos para poder terminar las actividades que hay que gestionar, entonces ahí se aprecia otra de las labores de las Convention Bureau.

El turismo de congresos y convenciones es un turismo que inicialmente venía a complementar el turismo vacacional, dada la naturaleza de los congresos y eventos se tenía que transmitir conocimiento formación y hacer una promoción nacional e internacional. Normalmente Spain Convention Bureau trabaja con mercados de proximidad europeos, organizando algunas actividades como Francia, Gran Bretaña, en Alemania, Bruselas, Italia, que son mercados que ya conocen España como destino tradicional, también promocionan España por parte de otros mercados más lejanos como son el mercado norteamericano, y este año (2021) también con el mercado centroamericano y sudamericano.

De acuerdo con Violeta Matas, aún se desconoce la labor que realizan las Convention Bureau por parte de los organizadores profesionales o las Agencias de Viajes, que muchas veces no acuden a los mismos por el desconocimiento.

Dado las circunstancias ahora realmente las empresas en general y las oficinas de convenciones han terminado de adaptarse a una tecnología que ya estaba ahí, pero aún no estaba del todo establecido. El uso de la tecnología por todos ha sido un proceso acelerado y a trompicones del uso y esa tecnología que estaba ahí, se podría considerar uno de los cambios disruptivos en el sector más potente. La organización de eventos y congresos presencial no va a desaparecer ni mucho menos, por factores "humanos" que es muy difícil de apreciar y representar a través de una pantalla, pero no cabe duda que ahora la vamos a tener que hacer más ese uso de estos sistemas "híbridos" para llevar a cabo todo tipo de eventos y congresos.

El proceso de digitalización va a sufrir un cambio importante y positivo para el turismo MICE.

### **3.3. El turismo de congresos y convenciones evoluciona constantemente y cambia.**

De igual forma que el segmento de turismo vacacional o de ocio, el turismo de congresos reuniones se ha convertido ahora en un sector muy dinámico y cambiante, competitivo y exigente.

Esta transformación disruptiva ha sido marcada por la tecnología principalmente, por las nuevas necesidades de los asistentes a las reuniones y congresos (que exigen cada vez eventos mucho más participativos, digitales y sostenibles que antes) y también por la propia exigencia de los organizadores de desarrollar actos cada vez mucho más eficaces, que sobrepasen los objetivos esperados por los clientes (sus expectativas), y maximicen la satisfacción de los asistentes a dicho acto.

La evolución del sector ha causado un cambio drástico en el papel y funcionamiento de la mayoría de las empresas y los profesionales involucrados en el turismo de reuniones. Los destinos a través de su DMO, (organización de marketing de un destino), lo que vendría a ser en este caso los Convention Bureau, también tienen que adaptarse a estas nuevas realidades. Para que un Convention Bureau sea exitoso en la tesitura actual, es primordial conocer a la perfección las necesidades y objetivos de los organizadores de reuniones (ya sean asociaciones, grandes empresas o agencias especializadas en las organizaciones de reuniones y eventos). Debemos moldear el marketing y adaptar este servicio, a sus necesidades específicas.

Desde hace años, el segmento de reuniones y eventos (MICE) se ha globalizado y ha ido creciendo constantemente, aumentando la oferta de destinos y de sedes de reuniones obligando a estos destinos a adaptarse y ser cada vez más polivalentes. Este incremento de la competencia obliga también a los destinos de reuniones a intentar lograr un mejor posicionamiento nacional e internacional, alrededor de los elementos más destacables y valores añadidos, que ayuden a diferenciarle de sus competidores.

Al inicio, muchos Convention Bureau han tenido un rol y una actividad específica, enfocada principalmente en brindar apoyo logístico e institucional, a entidades y asociaciones que se ponían en contacto con la intención de desarrollar un congreso o reunión en la ciudad. Habitualmente solían ser las propias asociaciones o bien el OPC, que se dirigían al Convention Bureau, para solicitar su cooperación, lo que era muy poco proactivo.

Una vez visto el potencial que presentaba este sector (MICE) y el impacto económico que genera en las ciudades, la gran mayoría de las Convention Bureaux se han ido profesionalizando, incrementando presupuestos, recursos humanos, actividad promocional, todo con la finalidad de captar grandes reuniones, congresos y otros tipos de eventos.

Los cambios sufridos en la última década en cuanto a la evolución del sector, han hecho que las funciones desarrolladas por un Convention Bureau hayan cambiado, cambiando su papel de ser una simple entidad promocional del destino y de apoyo a la organización de congresos. El Convention Bureau debe adoptar su nuevo rol y convertirse en una herramienta básica para el desarrollo económico-local, así como incentivar el empoderamiento de la comunidad científica, médica, empresarial y social del destino.

Cambios y tendencias en el funcionamiento y estructura (*según Spain Convention Bureau*).

- Tendencias en los nuevos roles del Convention Bureau

El Convention Bureau pasaría a ser ahora un centro de inteligencia profesional del destino y una entidad más comercial, jugando un papel importante en la creación de la marca del destino y en el desarrollo económico y social de la comunidad local.

El Convention Bureau es ahora clave para posicionamiento internacional de un destino, ya no sólo como destino turístico, sino también como un destino atractivo de inversiones, de talento y de relaciones comerciales.

- Unificador y líder del sector

El Convention Bureau debe reunir y coordinar toda la oferta MICE del destino. Tiene que propiciar el encuentro entre la oferta y la demanda y crear una marca que genere afección y

orgullo entre el sector turístico local. Tiene que atribuir a todo el sector unidad y visión estratégica de eventos y congresos.

Así mismo, tiene que impulsar el desarrollo tecnológico y de canales de comunicación efectivas, que haga más fácil el acceso a los mercados y de esta forma consigan captar más actos.

El destino tiene que incitar o estimular la generación de conocimiento y de negocio entre todos los asociados. El Convention Bureau adquiere una nueva función en cuanto al sector turístico local, la de ofrecer formación continua y también ofrecer espacios de coworking (offline y principalmente online), para que se generen sinergias y se produzcan más oportunidades de negocio.

- Más específico o selectivo

Los Convention Bureau a día de hoy son más selectivos para definir que posturas adoptan para atraer congresos, se debe planificar cuidadosamente la estrategia y tener bien claro los eventos y congresos que se consideran claves para el destino.

Hay varios motivos por el que ser selectivo, y cómo un acto puede ser clave o afectar a la imagen que se desea generar como ciudad de congresos de acuerdo con (SBC):

- El número de asistentes y el impacto económico que genera en el destino.
- El beneficio que puede aportar a los profesionales de sectores de actividad locales.
- La relevancia de la temática que se va a discutir y la repercusión mediática que puede tener.
- La reputación del organizador.
- El perfil de los asistentes.

### **3.4. Dinamizador de un destino**

Las oficinas de convenciones al tener como objetivo todo el sector MICE es un dinamizador del destino al que pertenece, ya que atrae eventos durante todo el año, no depende de la climatología o las fechas en las que el evento se realice, y su importancia aumenta en temporada baja, ya que ayuda a desestacionalizar el turismo y ayuda a mantener el sector servicios activo durante todo el año.

Si se analiza el turismo de congresos, reuniones u otros tipos de actos, se observa la gran importancia de que estos eventos se lleven a cabo durante todo el año, sobre todo en zonas donde factores como la climatología, vacaciones institucionalizadas (como las vacaciones escolares y las de los trabajadores asalariados), y otros muchos factores condicionen el turismo tradicional a una época concreta al año, gracias al sector MICE las ciudades como Santander



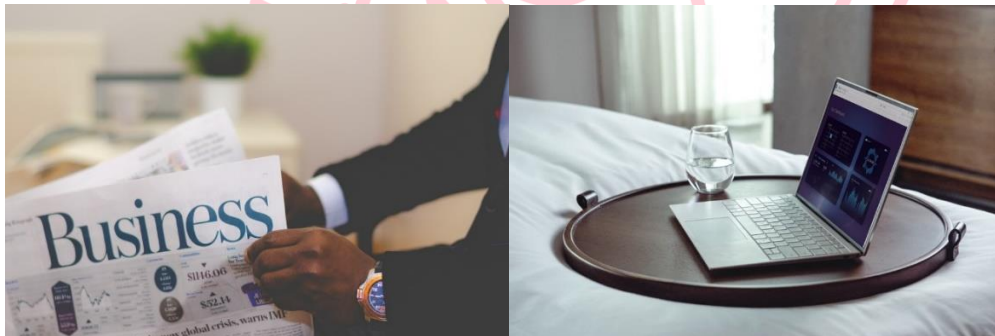
puede seguir recibiendo visitantes durante todo el año y generar empleo, tanto a empresas de forma directa como a la población en general por medio de estas empresas.

Es en este momento en el que las oficinas de convenciones juegan un papel importantísimo, sirviendo como nexo para las empresas organizadoras de eventos y los demás agentes participantes, preparando la ciudad en cierta forma para que estos eventos sean de calidad y se lleven a cabo de la mejor forma posible.

#### **Agentes que intervienen antes y después de un evento o acto** *(elaboración propia).*

- Asesoramiento
- Apoyo Institucional
- Presentación de candidaturas
- Apoyo al organizador

## **4. PRINCIPALES AGENTES DE UN DESTINO MICE**



*Ilustración 3 Bleisure (negocio y ocio)*

### **4.1. Comercio, transporte y cultura**

La labor de las oficinas de convenciones destaca como elemento dinamizador de un destino con el sector MICE, porque influye en el lugar que se promociona a diferentes niveles, no solo económicamente, también influye en la sociedad y su cultura. Cuando se lleva a cabo la celebración de un congreso o evento de cualquier índole, desde el momento en el que se organiza con la ayuda y colaboración de un Convention Bureau, se crea una imagen positiva de la ciudad, de calidad, de seguridad y confianza que se transmite entre los prescriptores, y se genera también un boca-oreja con todos los intervinientes que se vean afectados directa o indirectamente.

Algunos de los elementos que se ven involucrados cuando se alberga un evento o congreso son:

- Hotelería y otros tipos de alojamientos: cuando se lleva a cabo una convención, congreso, feria o cualquier otro, aumenta la demanda alojativa del destino y mantiene el sector funcionando entre semana y sobre todo en temporada media o baja.
- Restauración: los restaurantes de la ciudad o de la zona se ven beneficiados y aumenta cada vez más la demanda gastronómica, ya no solo por el cliente vacacional o el turista gastronómico, ahora se percibe que con mayor claridad el visitante bleisure, que antes durante y después de su actividad profesional, desea disfrutar y conocer un poco sobre la oferta gastronómica del lugar.
- Zona comercial y pequeños comerciantes: también se ven influenciados, dependiendo el tipo de evento o acto que se va a celebrar en la ciudad, o si es una feria que dure al menos un fin de semana.
- Proveedores o empresas externas: son importantísimos, ya que su compromiso y profesionalidad puede influir a que se lleve a cabo correctamente un evento.
- Actividades post congresuales, turismo activo y empresas: todos estos son necesarios e influyen positivamente al destino, ya que es preciso estar preparado para ofrecer variedad en los servicios que se ofrecen y así también promocionar la zona y los recursos que tiene. Santander Convention Bureau dispone de toda esta información en diferentes guías descargables que están a disposición de todos.
- Transportes: el cliente MICE o de congresos necesita una buena red de transportes para poder desplazarse del lugar de eventos al hotel donde se aloja o para ir al centro urbano de la ciudad. Buena conexión e inmediatez.
- Cultura: el hecho en sí de que se realicen este tipo de eventos y congresos influye en la cultura de las personas, exhorta a la población a estar más preparada, y el relacionamiento entre culturas enriquece y beneficia a todos de cara a un futuro.

Todos estos factores son algunos que se tienen que tomar en cuenta en cuanto al impacto que supone una promoción adecuada y la correcta gestión las sedes donde se van a realizar los eventos y congresos, ahí es donde la oficina de convenciones invierte todos sus esfuerzos para que todos los eventos puedan llevarse a cabo de la mejor manera, con calidad, seguridad y conectando a todos los intervinientes para que en conjunto todos puedan salir beneficiados de una u otra forma.



Santander en el paso de los últimos 10 años ha ido mejorando y demostrando que está más preparada que nunca para ser sede de cualquier tipo de evento que se quiera realizar, tiene una RSC (responsabilidad social corporativa) importante, es una ciudad inteligente, con grandes innovaciones tecnológicas y que además cuenta con una oferta de naturaleza y cultural muy rica.



*Ilustración 4 Organigrama elementos que interactúan con la oficina de convecciones, elaboración propia.*

#### **4.2. Infraestructura**

La infraestructura del destino sin duda es uno de los puntos más importantes que se tiene en cuenta a la hora de atraer eventos a la ciudad, y el ayuntamiento de Santander, la oficina de turismo y la oficina de convenciones se encargan de que todo funcione correctamente, desde los accesos a las sedes, el tráfico de vehículos, la conectividad con la ciudad (tren, autobuses, aeropuerto, estación marítima etc.), todo esto es importante para que los asistentes puedan tener una buena experiencia y primer toma de contacto con la ciudad, que las calles estén en óptimas condiciones , los accesos a la ciudad no solo en si el lugar donde se realiza el acto o evento, sino toda la ciudad y proximidades.

## 5. SANTANDER UNA CIUDAD DE CONGRESOS

Santander ciudad miembro de SBC (Spain Convention Bureau) y próxima sede electa para acoger el 34º congreso de OPC España, esto demuestra la capacidad que tiene la capital cántabra como destino MICE para acoger todo tipo de actos y de cómo va ganando protagonismo cada día que pasa.

Una noticia del 3 de junio de 2021 destaca a Santander como el primer destino turístico integrado de España en foro MICE, así lo ha destacado la Alcaldesa de Santander Gema Igual, tras el encuentro que ha mantenido con la presidenta de Foro MICE, Matilde Almandoz, en el que han tomado parte también Luis Gandiaga, miembro de su Junta Directiva; la concejala de Turismo, Miriam Díaz; Edurne Vidal, gerente de la empresa municipal Palacio de la Magdalena; y Carmen Sampedro directora del Santander Convention Bureau. (*fuentes: Santander.es*)

De acuerdo con Santander turismo y convention bureau presenta una serie de sedes y sedes singulares que abarcan los siguientes a continuación.



*Ilustración 5 congresos y eventos, FUENTE: unsplash.com*

## 5.1. SEDES DE REUNIONES (Fuente: Santander Convention Bureau)

### 5.1.1 EL PALACIO DE LA MAGDALENA

El edificio, situado en la Península del mismo nombre, es uno de los lugares más emblemáticos de Santander. Ya sea para visitar su interior como para organizar congresos y eventos de cualquier índole, el Palacio de La Magdalena es uno de los lugares más solicitados, no solo por su belleza sino también por su funcionalidad. En su interior encontrarás más de diez salas que se amoldarán a las necesidades de tu evento y que



cuentan con todas las funcionalidades, lo que asegurará el éxito del acto. También en la Península de la Magdalena se encuentran otros dos edificios de gran importancia: las Caballerizas Reales y el Paraninfo, con capacidad para más de 300 personas.

*Ilustración 6 Palacio de la Magdalena fuente: (palaciodelamagdalena.com)*

PALACIO DE LA MAGDALENA	
<b>Hall Real</b>	Capacidad Hall: 110 Pax (Banquetes)
<b>Comedor de Gala</b>	Capacidad: 50 Pax
<b>Salón de Baile</b>	Capacidad Salón Baile: 90 Pax
<b>Sala Riancho</b>	Capacidad 100 Pax.
<b>Sala Bringas</b>	Capacidad 60 Pax.
<b>Audiencias de la Reina</b>	Capacidad 34 Pax.
<b>Aula de Audiencias</b>	Capacidad 12 Pax.
<b>Aula de Infantes</b>	Capacidad 34 Pax.
<b>Comedor de Infantes</b>	Capacidad 12 Pax.
<b>Aula Biblioteca</b>	Capacidad 70 Pax.
<b>Sala Duque Santo Mauro</b>	Capacidad 70 Pax.
<b>Paraninfo (Caballerizas)</b>	Capacidad 324 Pax.

*Tabla 1 capacidad por zonas de los recintos. Elaboración propia con datos de: palaciomagdalena.com*

### 5.1.2 PALACIO DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS DE SANTANDER



*Ilustración 7. Fuente: (palaciodeexposicionesycongresos.es)*

Situado en El Sardinero, este centro de congresos de más de 9.000 m<sup>2</sup>, dedica cerca de 6.420 m<sup>2</sup> a un área de exposiciones distribuida en dos espacios superpuestos. El primero de ellos, es la denominada **Sala El Sardinero**, un espacio diáfano situado en la primera planta y que, gracias a las cortinas que se desplazan por carriles, pueden crearse distintos ambientes.

En el nivel inferior, se encuentra la **Sala Bahía**, iluminada por una cristalera a través de la cual puede verse un patio inglés ajardinado, lo cual crea una sensación de amplitud. El espacio constituye un espacio más acotado que puede destinarse tanto a exposiciones, talleres o al desarrollo de actividades, ya que puede dividirse en espacios menores -hasta 11 salas de 100 m<sup>2</sup> cada uno- gracias a paneles acústicos.

Otra de las zonas a destacar del Palacio de Exposiciones es el **salón de actos**, con capacidad para más de 260 personas, un espacio indicado para congresos, presentaciones o conferencias.

PALACIO DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS DE SANTANDER	
<b>Salón de Actos</b>	Capacidad 275 Pax
<b>Sala de Prensa</b>	Capacidad 28 Pax
<b>Sala de reuniones</b>	Capacidad 12 Pax
<b>Salón Sardinero</b>	Superficie: 2.660 m <sup>2</sup> adaptables para todo tipo de actos
<b>Salón bahía</b>	Superficie: 2.450 m <sup>2</sup> adaptables para todo tipo de actos

*Tabla 2 palacio de exposiciones y congresos. Elaboración propia de datos obtenidos en palaciodeexposicionesycongresos.es*

### 5.1.3 PALACIO DE FESTIVALES



*Ilustración 8 Palacio de Festivales. Fuente: (palaciofestivales.com)*

Desde 1.991, la región cuenta con el Palacio de Festivales de Cantabria, uno de los mejores espacios escénicos del país.

Proyectado por el arquitecto navarro Francisco Javier Sáenz de Oiza, ofrece en su exterior una síntesis de estilos que muestran la singularidad del entorno que le rodea. Situado en la Avda. Reina Victoria, frente a la bahía de Santander, el edificio muestra una belleza acorde con el paisaje.

El Palacio de Festivales fue creado con una clara vocación multidisciplinar, de forma que en él se diera cabida a todo tipo de eventos, tanto culturales como congresuales. Dotado de cuatro salas, el Palacio ofrece amplias y funcionales instalaciones capacitadas para dar cabida a todo tipo de eventos.

PALACIO DE FESTIVALES	
<b>SALA ARGENTA</b>	Superficie: 1.600 m2 Capacidad: 1.670 pax
<b>SALA PEREDA</b>	Superficie: 450 m2 Capacidad: 570 pax
<b>SALA GRIEGA</b>	Superficie: 250 m2 Capacidad: 125 pax

*Tabla 3 Palacio de Festivales de Santander. Elaboración propia.*



#### 5.1.4 CENTRO BOTÍN



*Ilustración 9 Centro Botín. Fuente: (centrobotin.org/el-centro-botin/el-edificio)*

El edificio, con una superficie construida total de 8.739 m<sup>2</sup>, se articula en dos volúmenes conectados entre sí por una estructura de plazas y pasarelas, el Pachinko.

El acceso oeste está dedicado al arte, con dos salas de exposiciones que suman 2.500 m<sup>2</sup>; y el volumen este a las actividades culturales y formativas, con un auditorio para 300 personas, aulas, espacios de trabajo y una azotea desde la que se disfruta de unas vistas únicas de Santander y su bahía.

CENTRO BOTÍN	
<b>AUDITÓRIO</b>	Capacidad 300 Pax
<b>HALL DEL AUDITÓRIO</b>	Anexo al auditorio, se separa del mismo por medio de un tabique de cristal móvil
<b>SALAS MULTIUSOS</b>	segunda planta del acceso oeste, se componen de 4 aulas combinables dos a dos.

*Tabla 4 centro Botín. Elaboración propia. Datos obtenidos en (santanderconventionbureau.com)*

### 5.1.5 PALACIO DE DEPORTES



*Ilustración 10 Palacio de Deportes fuente: (turismodecantabria.com)*

Esta característica construcción formada por 4.000 piezas de acero inoxidable se encuentra en la Vaguada de Las Llamas, un parque considerado el pulmón de Santander. Con 6.000 asientos, su capacidad puede llegar hasta 10.000 personas, dependiendo de la disposición de las localidades en la zona de la pista. En su interior alberga, además de las instalaciones deportivas, un gimnasio, cocina, cafetería, sala de prensa y circuito cerrado de televisión, lo que le convierte en un espacio ideal para eventos que atrae a gran número de personas.

PALACIO DE DEPORTES	
<b>Hall principal y Sala de Prensa.</b>	Capacidad 6000 Pax
6 vestuarios de equipo y 4 vestuarios de árbitros Pista, gimnasio, cafetería equipada, sala de prensa y circuito cerrado de televisión.	Muestra Permanente de la Historia del Deporte de Cantabria. El espacio expositivo se encuentra ubicado en el hall y los 10 expositores en el anillo del Palacio. Tiene 6000 asientos, 4.500 en gradas fijas y 1.500 en gradas móviles telescópicas.
Pista de juego modular de tarima con montaje para juego de baloncesto o balonmano/fútbol sala de dimensiones máximas de 44x22 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gimnasio con zona de sauna e hidromasaje, tanto en vestuario femenino como masculino. Sala de Calentamiento donde se imparten clases colectivas dirigidas.</li> </ul>

*Tabla 5 palacio de deportes elaboración propia datos obtenidos de (santanderdeportes.com)*

### 5.1.6 GRAN CASINO DEL SARDINERO



*Ilustración 11 Gran Casino del Sardinero fuente: (santanderconventionbureau.com)*

Construido en la década de los años 20, el Gran Casino Sardinero es un edificio de grandes ventanales y amplias terrazas con unas inmejorables vistas. Está dotado de una sala de exposiciones, un salón para ruedas de prensa o reuniones, dos salones de banquetes y un restaurante a la carta para unos 380 comensales, además del magnífico salón de juegos y sala de máquinas.

GRAN CASINO SARDINERO	
<b>Capacidades en el Teatro</b>	Salón cabo Mayor: 150 pax Salón cabo Menor: 250 pax
<b>Capacidades para Banquete</b>	Salón cabo Mayor: 250 pax Salón cabo Menor: 330 pax
<b>Capacidades para Cocktail</b>	Salón cabo Mayor: 275 pax Salón cabo Menor: 400 pax
<b>Superficie</b>	Salón cabo Mayor: 297 pax Salón cabo Menor: 380 pax

*Tabla 6 GRAN CASINO SARDINERO datos obtenidos en: (santanderconventionbureau.com)*



### 5.1.7 TEATRO CASYC



*Ilustración 12 Salón CASYC fuente: (santanderconventionbureau.com)*

Dispone de seis salas, dos talleres, una sala multiusos, sala de prensa, otra de exposiciones y un auditorio / teatro con capacidad para 500 personas. También dispone de una cafetería, amplios vestíbulos y garaje. En este edificio tiene su sede la Fundación Caja Cantabria, donde se desarrolla la mayor parte de la programación cultural propia y los actos en colaboración, junto con la cesión de espacios a distintos colectivos.

CASYC	
<b>ZONA A</b>	252 m <sup>2</sup> , 270 butacas + 4 localidades de movilidad reducida.
<b>ZONA B</b>	108 m <sup>2</sup> , 80 butacas.
<b>ZONA C</b>	100 m <sup>2</sup> , 150 butacas.

*Tabla 7 TEATRO CASYC fuente propia, datos obtenidos de (fundacióncajacentabria.es)*

### 5.1.8 ESCENARIO SANTANDER



*Ilustración 13 Escenario Santander: fuente (escenariosantander.es)*

El recinto cuenta con varios espacios polivalentes que permite albergar todo tipo de eventos, ya sean conciertos fiestas, exposiciones, congresos, fiestas etc. Su excelente ubicación en un entorno privilegiado hace del recinto un establecimiento que genera gran valor social, económico y cultural para la ciudad.

<b>ESCENARIO SANTANDER</b>	
<b>CAPACIDAD MÁXIMA</b>	1000 pax de pie o 350 asientos.
<b>NUMERO DE LOCALES EN LA PROPIA INSTALACION</b>	15 salas preparadas para todo tipo de actividades multiculturales
<b>LOCALIZACION</b>	Parque de las llamas, un parque urbano de 11 hectáreas, considerado el pulmón de la ciudad.

*Tabla 8 ESCENARIO SANTANDER fuente propia, datos obtenidos de (escenariosantander.es)*

Ahora que han sido presentados los principales establecimientos que promociona la oficina de convenciones junto a la oficina de turismo de Santander, además de ser los de mayor envergadura o capacidad, cabe mencionar otros como: Palacio de Riva-Herrera, la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Cantabria, el Paraninfo de la UC (Universidad de Cantabria), el Paraninfo de la UIMP (Universidad Internacional Menéndez Pelayo), el Centro de Negocios Sardinero, las diferentes y variadas sedes singulares, y los muchos hoteles de la ciudad como: EUROSTARS Hotel Real, Hotel Bahía, Gran Hotel Sardinero, Hotel Hoyuela,

Hotel Palacio del Mar, Hotel Santemar, Hotel Silken Coliseum, Silken Rio, Hotel Chiqui, Hotel Don Carlos, hacen que Santander sea una ciudad de congresos de calidad y junto con la oficina de Convenciones hacen que todo el año se mantenga activo el sector servicios y el turismo.

## **6. LAS OFICINAS DE CONVENCIONES EN EL FUTURO**

### **6.1. Antes y después de la crisis pandémica**

El especialista e investigador del sector MICE, Rob Davidson realizó un estudio este año en el mes de abril sobre el impacto de la pandemia en las Convention Bureau de Europa, en el que participaron 134 Convention Bureaus de 33 países europeos a inicios de este mismo año. De los cambios sufridos a nivel de personal en las oficinas de convenciones en los 12 primeros meses de la pandemia, la mayor parte de las oficinas de convenciones no tuvieron cambios, sin embargo, se notaron cambios en las jornadas en un 24% de los trabajadores de las oficinas de convenciones pasaron a trabajar a tiempo parcial.

Cuando se refiere a cambios en los fondos en los primeros 12 meses de la pandemia, los resultados obtenidos fueron que 1 de cada 3 Convention Bureaus experimentaron reducciones en los fondos públicos de su gobierno, 1 de cada 6 dijeron que obtuvieron un incremento en sus fondos, mientras que el 75% de los Convention Bureau que recibían ayuda de sus socios, sufrieron reducción de fondos de este medio.

Cuando se analizaron los cambios en las actividades de las oficinas de convenciones en los primeros 12 meses de la pandemia, el resultado fue el siguiente:

- Oferta de conferencias: en su mayoría la actividad continuó igual que antes, no obstante, en torno a 20 de ellas pararon toda actividad o redujeron significativamente la realización de eventos MICE.
- Su marca y posicionamiento: continuaron como antes, eso sí aumentando el uso de tecnologías digitales.
  - Sitios web, redes sociales, investigaciones de mercados, servicios para los organizadores profesionales, estos son algunos elementos que tuvieron un aumento en relación a la época previa a la pandemia. Otros como los fam trips, y visitas se vieron canceladas en un 30% de las oficinas de convenciones de Europa, y en torno al 20% fueron sustituidas por fam trips virtuales.

De acuerdo con el estudio, los cambios anticipados por las oficinas de convenciones son:

- A corto plazo. Muchas Convention Bureau expresaron mucha incertidumbre sobre el futuro de la industria, ocasionada por el desconocimiento de la efectividad real de la vacuna a largo plazo y el miedo generado en las personas a viajar por la situación.
  - Mas uso de medios digitales y de marketing
  - Mayor preparación para medios híbridos y otras plataformas digitales de reuniones
  - Mas necesidad de soporte a los stakeholders con información de los cambios en los destinos.
  - Mas enfoque en los mercados locales en lugar de los eventos internacionales.
- A largo plazo. Se espera que las herramientas tecnológicas y las tendencias se establezcan permanentemente y se intensifiquen en un futuro.
  - Mayor hibridación de las reuniones y eventos, el 70% de los encuestados creen que estas nuevas formas de actuación están para quedarse.
  - Eventos y congresos más cortos, con menos participantes, más centros multi-eventos, separación de las conferencias internacionales a un estilo más regional.
  - Mayor atención a la salud, sostenibilidad y al legado social de las reuniones. Salud seguridad e higiene van a ser los puntos clave en los destinos.
  - Se exigirá mayor atención personalizada, más autenticidad y menos superficialidad.

ALTAMIRA

## **6.2. Perspectivas internas, entrevista a figuras importantes del sector. (entrevistas completas anexo I).**

### Entrevista a Ana Cavada Sáinz-Trápaga

Según la entrevista realizada a la directora del Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander, no solo es importante la labor de la oficina de convenciones, sino que esta pertenece junto al Anillo Cultural, y al Palacio de la Magdalena, a la empresa municipal Palacio de la Magdalena S.A, en la que desarrolla un papel importante de forma directa como la de apoyo a todos los agentes implicados, contactos, información, sedes, proveedores, restauración, organizadores profesionales, entre otros.

Santander cuenta con un plan de choque que proporciona a la ciudad las herramientas para poder posicionar a la ciudad como un destino seguro para el turismo de congresos, ahora la ciudad trabaja duro para reactivar el sector y se encuentra en un proceso de adaptación acelerado por la crisis del COVID-19.

En cuanto al trabajo de promoción de la ciudad remarca los diferentes planes de acción en los que se está trabajando, así como destaca Santander como Destino Turístico Inteligente desde 2018, lo que deja a la ciudad en una postura ventajosa en relación con otros destinos. Menciona de la misma forma otros como NETFFICIENT, Urban Waste, etc.

Cuando se trata sobre la incidencia del sector MICE hacia el pequeño comerciante, aclara los beneficios que este proporciona no solo al comercio sino a la ciudad y a la sociedad.

### Entrevista a Carmen Sampedro

La directora del Santander Convention Bureau nos define y aclara las principales labores que realizan, es una marca internacional que identifica las oficinas donde se da apoyo a aquellas personas interesadas en organizar un evento. Se da apoyo para que se pueda generar actividades normalmente de ámbito asociativo o científico o eventos corporativos de empresa, no solo a la ciudad también a la comunidad autónoma para atraer actividad a nuestro destino, además de generar una imagen internacional en su ámbito de actuación.

El sector MICE como se ha comprobado es de suma importancia, tanto que debería ser considerado eje principal económico en la ciudad, sobre todo porque el impacto económico generado triplica al vacacional, además de otros motivos como la desestacionalización o que se llevan a cabo entre semana, lo cual favorece y compatibiliza con otros tipos de actividades.

Cuando se refiere a los cambios que ha sufrido su actividad derivada de la pandemia, se subraya la importancia de las medidas tomadas para conseguir visibilidad como un destino seguro y poder conseguir la gamificación del cliente y también retomar su confianza, para ello la labor de orientación no solo a los organizadores sino a los establecimientos y el apoyo que ofrece para poder conseguir las certificaciones pertinentes es primordial.

La recuperación económica de la ciudad es algo difícil de prever, dados los factores externos del macroentorno, sin embargo, señala que el camino es estar preparados y apoyarse mutuamente en los prescriptores, como la labor de los profesionales sanitarios o de la universidad de los colegios profesionales, hacen posible que Santander sea un destino destacado. Por último, detalla cómo dinamiza la oficina de convenciones a un destino desde su perspectiva.

#### Entrevista a Carolina Gómez Paniagua

En la entrevista con la Coordinadora del Servicio de Información Turística y publicaciones, de CANTUR se tratan temas como la importancia del trabajo conjunto de todas las entidades relacionadas, de los convenios, así como ayudas de colaboración que tienen los diferentes organismos, la importancia del sector MICE y su potencial en Cantabria, la preparación de la ciudad y de la región como un destino de congresos y eventos.

Santander volverá a recuperarse pronto, no al mismo nivel de antes de la pandemia, pero sí, de una forma diferente, con más eventos híbridos y con cambios en las tipologías y modos de actuación de las empresas y organismos.

## **1. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS**

Las Convention Bureau tienen una labor muy importante que ha ido evolucionando a lo largo de los años se han tenido que reinventar y adaptar a los tiempos. Cuando se piensa en el sector MICE y del impacto económico que este origina en un destino de congresos se percibe la importancia de la labor de la oficina de convenciones, que presta apoyo antes, (función asesora) durante, (guía y canal de comunicación entre los elementos intervinientes) y después (de gestión de información). En ciudades que dependen del turista vacacional y de la estacionalidad es cuando más valor se añade a la oficina de convenciones, que además de ser un medio que hace la función de nexo, es una herramienta a disposición de los organizadores profesionales de eventos y congresos, ofrece conocimiento, y guía para que se el mismo se lleve a cabo correctamente y conseguir de todos los clientes una gamificación que le haga

volver al destino. El perfil del turista de negocios y congresos gasta proporcionalmente el triple de ingresos que el cliente vacacional, el gasto medio por persona es mucho más elevado (consultar anexo II), y genera empleo durante todo el año.

Santander tiene una imagen de calidad como ciudad de congresos y además de turismo seguro, que son pilares primordiales que hay que transmitir en estos momentos para recuperar la actividad turística y económica poco a poco, por medio de la confianza y seguridad. Otro punto importante para el futuro de las Convention Bureau y las sedes MICE, es apostar más por los medios híbridos, utilizar las herramientas tecnológicas ya existentes de forma más innata como es el caso de la realidad aumentada, la realidad virtual, las redes sociales, así como el uso de todo tipo de gadgets y ser pionero en tecnología, todo ello acompañado con el compromiso RR.HH. y el turismo sostenible, que no es algo nuevo pero que siempre se puede mejorar. Todo esto pasará ahora a primer plano de cara al cliente directo, y habrá otros aspectos más superficiales que pasarán a segundo plano.

Santander es un ejemplo de ciudad MICE que siempre se adapta a todas las dificultades de forma eficaz y se sitúa pionera en muchos sentidos, para que el eje continúe rodando, es fundamental que la oficina de convenciones siga trabajando con la oficina de turismo, ya no solo a nivel local, poco a poco a nivel regional y de interior, trabajar junto a la dirección general de comercio y consumo, con los organizadores profesionales de manera estrecha, con el ayuntamiento de la ciudad, con todas las sedes que dan lugar a que un evento se pueda llevar a cabo, con los comerciantes y todo el equipo interno que está involucrado de una o de otra forma para el desarrollo de la economía de la región, y así seguir mejorando la imagen internacional llegando a ser símbolo de calidad y prestigio.



## 2. ÍNDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS

Ilustración 1 Ciudades que acogen más convenciones y congresos, (ICCA) .....	10
Ilustración 2 y 3. Santander Convention Bureau y Spain Convention Bureau. Fuente: sbc.es....	11
Ilustración 3 Bleisure (negocio y ocio) .....	15
Ilustración 4 Organigrama elementos que interactúan con la oficina de convecciones, elaboración propia. ....	17
Ilustración 5 congresos y eventos, FUENTE: unsplash.com .....	18
Ilustración 6 Palacio de la Magdalena fuente: (palaciodelamagdalena.com).....	19
Ilustración 7. Fuente: (palaciodeexposicionesycongresos.es) .....	20
Ilustración 8 Palacio de Festivales. Fuente: (palaciofestivales.com) .....	21
Ilustración 9 Centro Botín. Fuente: (centrobotin.org/el-centro-botin/el-edificio) .....	22
Ilustración 10 Palacio de Deportes fuente: (turismodecantabria.com) .....	23
Ilustración 11 Gran Casino del Sardinero fuente: (santanderconventionbureau.com).....	24
Ilustración 12 Salón CASYC fuente: (santanderconventionbureau.com) .....	25
Ilustración 13 Escenario Santander: fuente (escenariosantander.es) .....	26
Tabla 1 capacidad por zonas de los recintos. Elaboración propia con datos de: palaciomagdalena.com .....	19
Tabla 2 palacio de exposiciones y congresos. Elaboración propia de datos obtenidos en palaciodeexposicionesycongresos.es .....	20
Tabla 3 Palacio de Festivales de Santander. Elaboración propia. ....	21
Tabla 4 centro Botín. Elaboración propia. Datos obtenidos en (santanderconventionbureau.com) .....	22
Tabla 5 palacio de deportes elaboración propia datos obtenidos de (santanderdeportes.com)...	23
Tabla 6 GRAN CASINO SARDINERO datos obtenidos en: (santanderconventionbureau.com).....	24
Tabla 7 TEATRO CASYC fuente propia, datos obtenidos de (fundacióncajacentabria.es) .....	25
Tabla 8 ESCENARIO SANTANDER fuente propia, datos obtenidos de (escenariosantander.es)...	26



### 3. REFERENCIAS

#### 3.1. WEBGRAFÍA

EL FARADIO. [2020] Las empresas organizadoras de eventos organizan una jornada sobre el futuro de los viajes de negocios. Disponible en: <https://www.elfaradio.com/2020/08/29>

EVENTOPLUS. [2020] ¿Cómo cambiará el trabajo de los Convention Bureaus en el horizonte 2030? Disponible en: <https://www.eventoplus.com/articulos>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Gasto de los turistas internacionales según motivo principal de viaje. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23995>

IDCONGRESS. [2020]. Sector MICE: ¿qué es una convention bureau y cuál es su papel? Disponible en: <https://www.idcongress.es/blog>

MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL (MPI). ¿Cómo puede ayudarme un Convention Bureau a organizar mi evento? [2020]. Disponible en: <https://www.mpi.org/chapters/iberian/blog/single-blog>

NEXOTOUR. [2018]. La 'web' del MCB es un 'elemento dinamizador' de su promoción internacional. Disponible en: <https://www.nexotur.com/noticia/4372/>

MICE KNOWLEDGE. [2021]. El impacto de la pandemia sobre los Convention Bureau. Disponible en: <https://www.miceknowledge.com/>

MICE. [2021]. Los eventos híbridos han llegado para quedarse. Disponible en: <https://www.mice.es/post/1674>

OPEN SPOTIFY. Entrevista a Violeta Matas, Spain Convention Bureau. Disponible en: <https://open.spotify.com/episode/3Lw7I6SbNKdh9gya5NCeWK>

PORTAL WEB DE EL AYUNTAMIENTO DE SANTANDER. [2020]. Santander Convention Bureau presenta su carta de servicios al Hospital Valdecilla, para potenciar congresos. Disponible en: <https://santander.es/content/santander-convention-bureau-presenta-carta-servicios-hospital-valdecilla>

PALACIO DE FESTIVALES DE SANTANDER. El edificio. Disponible en: <https://palaciofestivales.com/el-palacio/el-edificio/>

PALACIO DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS. El palacio. Disponible en: <https://palaciofestivales.com/el-palacio/el-edificio/>

PALACIO DE DEPORTES DE SANTANDER. Ficha completa. Disponible en:  
<https://www.santanderdeportes.com/static.php?c=9>

SANTANDER CONVENTION BUREAU. [2021] Congresos y sedes. Disponible en:  
<https://www.santanderconventionbureau.com/>

SCB. [2017]. Cambios en el rol y las funciones del Convention Bureau. Disponible en:  
<http://scb.es/rol-y-funciones-del-convention-bureau/>

TECNOHOTELNEWS. [2015] Turismo MICE y elementos y destinos más representativos del sector. Disponible en: <https://tecnohotelnews.com/2015/01/29/>



## **4. ANEXOS**

### **4.1. Anexo I**

#### **Ana Cavada Sáinz-Trápaga**

Directora del Palacio De Exposiciones y Congresos De Santander.

#### **¿Cuál es la principal función del Palacio de Exposiciones y Congresos?**

El objetivo constructivo consistió en crear un recinto capaz de albergar, con suficiencia y eficacia, todo tipo de eventos, desde exposiciones y ferias a muestras de todo tipo, sin olvidarse del apoyo al turismo MICE que desde la Empresa Municipal Palacio de la Magdalena y el Ayuntamiento se está fomentando.

En cuanto a la principal actividad económica, el Palacio de Exposiciones alquila sus espacios para el desarrollo de todo tipo de eventos: culturales, feriales, lúdicos, restauración, congresuales, etc....

#### **¿Según su opinión, cree que Santander está preparada como una ciudad de congresos, como para combatir la estacionalidad en una ciudad como es Santander?**

Sí, por supuesto, Santander dispone de todos los ingredientes fundamentales para ser seleccionada como destino MICE: seguridad, transporte, atractivos turísticos y culturales, innovación, alojamientos, exquisita gastronomía y múltiples infraestructuras para la celebración de todo tipo de eventos, lo que la convierte en un destino ideal para la realización de congresos e incentivos. Además, el sector MICE se encuentra integrado en la política de calidad y turística del Ayuntamiento y la Empresa Municipal siendo un elemento fundamental para la desestacionalización, ya que normalmente se concentran en temporada baja, ayudando a explotar la actividad comercial de la ciudad y a mejorar el promedio de estancia/gasto por visitante. En este momento, el Palacio de Exposiciones se encuentra trabajando el 45 Congreso Internacional Interferry, junto a su asociación con sede en Canadá, que representa al sector mundial de operadores de ferry y buques de pasaje y a sus principales proveedores. La última reunión tuvo lugar en 2018 en Cancún (México) y en octubre de 2021 se celebrará en nuestras instalaciones. Este Congreso suele tener una duración de seis días, incluyendo un programa social con torneo de golf. 400 delegados del «más alto standing» cuyo gasto repercutirá directamente en el impacto económico de la ciudad: transporte, alojamiento, servicios, restauración, empleo, etc.

**La pandemia ha supuesto muchos cambios en la forma de actuar de muchos sectores. ¿Como se ha adaptado el palacio en tan poco tiempo para poder albergar todo tipo de actos y eventos?**

Nuestra primera actuación consistió en elaborar un Plan de Contingencia específico para la reducción del contagio por el COVID-19, con directrices y protocolos para el desarrollo de la actividad MICE aplicado a los procesos de diseño, organización y ejecución de los eventos, así como a los agentes que pudieran estar implicados en los mismos: clientes, proveedores, trabajadores, visitantes, etc.

Al mismo tiempo, dotamos de nuevos recursos a las instalaciones para llevar a buen término los procesos descritos en el citado plan.

Finalmente, una auditoría externa avaló el sistema implantado en el Palacio de Exposiciones y Congresos con el sello de Calidad Safe Tourism Certified, marca de garantía en la prevención de riesgos frente a la salud COVID-19 en concepto de Turismo Seguro.

Esta gestión ha sido fundamental para poder recuperar la confianza y seguridad de nuestros clientes.

**¿Cree que Santander se recuperará económicamente pronto de la crisis derivada del COVID-19?**

Santander apuesta fuertemente por la actividad turística que, sin duda, en este momento se encuentra en un proceso de cambio acelerado por la actual crisis del COVID-19.

Santander trabaja por una "Ciudad Segura", posicionándola en el sector de Convenciones y Reuniones profesionales como "Turismo Seguro". Se han puesto en marcha varias medidas para reactivar la celebración de congresos y eventos en la ciudad, ofreciendo alternativas para dar seguridad a los asistentes frente al COVID-19, realizando pruebas financiadas por el Ayuntamiento y colaborando con los organizadores de los diferentes eventos.

Por otro lado, existe un plan de choque municipal que cuenta con un presupuesto importante para posicionar a Santander como Destino Seguro para el turismo MICE.

Existen factores favorables para que Santander se recupere, como por ejemplo el nivel de vacunación.

**¿De qué forma colabora el palacio con el Santander Convention Bureau?**

La Empresa Municipal Palacio de la Magdalena de Santander S.A está integrada por el Palacio de Exposiciones y Congresos, el Palacio de la Magdalena, el Anillo Cultural y el Convention Bureau.

Éste último coordina las acciones de promoción turística, con un departamento comercial que trabaja para conseguir que los eventos MICE se realicen en Santander, apoyando a todos los agentes implicados: contactos, información, sedes, proveedores, restauración, alojamiento, organizadores profesionales de congreso.

**¿cree que la promoción de la ciudad es la adecuada? ¿cree que Santander está preparada como ciudad de congresos y eventos? ¿cree que puede mejorar?**

Existe un rumbo hacia la sostenibilidad del que Santander no es ajeno. El II Plan de Acción Turística 2020-2025 que la ciudad tiene implantado es una oportunidad para alinear las políticas municipales del área de turismo en ese sentido, aportando una hoja de ruta, elaborada de manera participativa, que orienta las políticas municipales en materia de turismo de modo que Santander convierta la sostenibilidad y la cultura en los pilares esenciales de su modelo de destino.

Por otro lado, Santander se incorporó al proyecto "Destinos Turísticos Inteligentes" en 2018, realizándose en la primavera de 2019 la elaboración del Informe Diagnóstico y Plan de Acción. Santander superó los requisitos exigidos por la metodología de SEGITTUR, por lo que obtuvo el distintivo de Destino Turístico Inteligente.

Entre las buenas prácticas que está siguiendo la ciudad y que sin duda repercute en su promoción y en el turismo de reuniones, congresos y eventos, se encuentran:

- La apuesta por la tecnología y la sostenibilidad para incrementar el bienestar de la población.
- El impulso innovador de Santander es estratégico al haber asumido desde hace años un papel de liderazgo a nivel nacional e internacional en el desarrollo de la Smart City y Smart Citizen.
- El destino realiza un excelente trabajo en sostenibilidad desde todos los enfoques: cultural, medioambiental y socioeconómico.
- La ciudad cuenta con instrumentos eficaces de gobernanza como el Plan Estratégico Santander, el Plan Estratégico Santander Smart City, y participa en múltiples proyectos europeos como: NETFFICIENT, Urban Waste, City Brain,...

Respecto a la última pregunta, es importante poseer recursos turísticos atractivos, pero lo es aún más saber "explotarlos" a través de buenas campañas de promoción turística, mejoras continuas, conservación y mantenimiento de monumentos, calles, adecuada dotación de infraestructuras, etc. y en esta línea Santander asegura, día a día, la consecución de una mejora continua.

**¿Cómo cree que afectan los eventos y congresos que se realizan en la ciudad a los pequeños comerciantes de la zona?**

Muy positivamente, ya que este tipo de turistas consume servicios relacionados con la alimentación, hostelería, transporte, alojamiento y evidentemente los ligados al evento en sí. Por ende, es frecuente que prolonguen sus estancias para dedicar unos días al turismo más tradicional o regresen en otra ocasión con familiares y amigos. Sin duda, es una experiencia que reporta una oportunidad de negocio para el destino, con beneficios a nivel económico, social, cultural y de reputación.

**Enumere las principales características que les diferencian de la competencia.**

La principal es la gran versatilidad de las instalaciones. Gracias a la disposición de dos amplios salones diáfanos que permiten efectuar montajes de envergadura, así como los paneles acústicos del Salón Bahía con los que se pueden crear múltiples salas para la celebración de varias actividades de manera simultánea. Otro aspecto importante y que nos diferencia de muchos Palacios de Congresos es la ubicación. El Palacio se encuentra magníficamente localizado, en el Sardinero, en el entorno de la segunda playa y rodeado de otras infraestructuras como son El Estadio Municipal de fútbol, el Palacio de Deportes o la Universidad de Cantabria. Además de ser una de las zonas más hermosas de la ciudad es una de las mejor comunicadas. También dispone de un amplio aparcamiento para 568 coches y 35 autobuses.

Escuela Universitaria  
de Turismo  

---

ALTAMIRA

## **Carmen Sampedro**

Directora de la oficina de convenciones de Santander.

### **¿Qué es la Convention Bureau de Santander? ¿Cómo la definiría usted? ¿Cuál es la principal labor que se realiza en la oficina de convenciones?**

El Santander Convention Bureau es una institución en el caso de Santander público, es una institución desde donde se gestiona todo el apoyo municipal para el turismo MICE, el turismo de congresos, convenciones e incentivos. Convention Bureau es una marca internacional que sirve para identificar las oficinas desde donde se da apoyo a aquellas personas interesadas en organizar un evento, existe el Santander Convention Bureau, el Cuenca Convention Bureau, el San Francisco Convention Bureau o el Frankfurt Convention Bureau. Es una marca que utilizan los destinos para diferenciar la oficina desde donde se gestiona todo el apoyo y toda la promoción de ese mismo destino para la captación, para la organización de eventos. En el caso de Santander la oficina de congresos como también se le conoce, es una oficina que también depende del ayuntamiento de Santander, a través de esta oficina lo que hace es gestionar todo el apoyo que ofrece a los organizadores de congresos o de cualquier tipo de evento MICE, es decir normalmente son eventos del ámbito asociativo o científico o eventos del ámbito corporativo de la empresa. ¿Qué hacemos nosotros? Pues les damos apoyo para que en la ciudad se genere este tipo de actividad y por otra parte promocionamos la ciudad y también la comunidad autónoma para que se conozca y atraiga ese tipo de actividad a nuestro destino.

### **¿Cuál es la relación con el Spain Convention Bureau? ¿cree que Spain Convention Bureau ayuda adecuadamente a promocionar a Santander?**

Spain Convention Bureau es una asociación a la que pertenecemos la mayoría de las oficinas y de las Convention Bureaus de España, Spain Convention Bureau tiene una labor de promoción principalmente de destino, en este caso España y de todos los destinos que formamos parte de esta asociación.

### **¿Cree que el sector MICE es un eje principal en Santander?**

Personalmente pienso que debería serlo y además puedo constatar para nuestras instituciones a nivel ayuntamiento y a nivel de gobierno de Cantabria así lo es. Para el ayuntamiento en concreto el turismo MICE forma parte de los 5 ejes alrededor de los cuales pivota la política turística municipal. El MICE es importante para el desarrollo turístico de la ciudad, principalmente por 3 razones, es un tipo de actividad que se desarrolla en temporada baja,

además se celebra entre semana con lo cual, aunque sea en temporada baja permite que el fin de semana se puedan utilizar las infraestructuras de hostelería por el turista vacacional. El impacto económico que tiene este tipo de actividad es muy importante porque triplica en gasto al vacacional, y luego la transformación que tienen los destinos dada la naturaleza de la actividad normalmente de los congresos o de la empresa muy vinculada al ámbito de la investigación, del ámbito académico, hace que eso revierta muy positivamente en el destino, por esas razones por la que desde Santander se apoya este tipo de actividad.

**¿Cómo ha tenido que cambiar en la forma de trabajar la convention bureau después de la pandemia? ¿Cree que Santander está preparado para acoger cualquier tipo de eventos o actos? O cree que aún puede mejorar en algún aspecto. (infraestructuras, promoción etc.)**

Una de las principales funciones de las Convention Bureau no es solamente la promoción del destino o la gestión de la información de todos los datos que tiene que ver con la actividad MICE, una de las funciones es la prestación de servicios, el prestar apoyo a los organizadores y al sector local entonces en esas circunstancias tan excepcionales una de nuestras principales preocupaciones ha sido poder prestar tanto ese apoyo a los organizadores profesionales como al sector local. ¿ Como lo hemos hecho? Bueno , pues con unas medidas para favorecerle el uso de sedes y espacios municipales en unas condiciones especiales y mantenerle al tanto informados de cómo ha estado la situación sanitaria en nuestro destino y cual eran las condiciones en las que se permitían la organización de los eventos y cuáles eran los requisitos y recomendaciones que las instituciones pertinentes daban para que se organizaran eventos y en la manera de lo posible facilitar que los eventos no se cancelaran sino que se aplazaran y que en caso de que se celebraran fueran en las condiciones más seguras, actualmente Santander tiene un plan de choque para contrarrestar los efectos de la pandemia, y hay unas medidas específicas para nuestro sector, el sector MICE. A través de estas medidas el objetivo que se persigue es que nosotros podamos lograr visibilidad como destino turístico MICE seguro y que se puedan captar nuevos eventos se pueda ayudar a los organizadores a adaptarse a la normativa y requisitos COVID para la organización de eventos seguros y queremos también fomentar que haya de esta manera certificaciones que los establecimientos y organizadores obtengan esas certificaciones que corroboren que están preparados para organizar eventos seguros, también queremos reconocer el esfuerzo de los organizadores y de los espacios para que superen esas certificaciones, y para esto se han programado varias acciones, acciones que van encaminadas en que los establecimientos y los espacios y sedes se adapten y adquieran elementos para la certificación de los eventos, en condiciones seguras, sesiones de información



para ayudarles a implementar los protocolos para la reducción de contagios en organización de eventos y también una medida que es facilitar dispositivos sanitarios para que se puedan realizar test de antígenos previo a la organización de un evento y de que alguna manera se pueda garantizar más las condiciones de seguridad en la organización de un evento, también queremos que todo esto este reforzado con una campaña de marketing a través de la cual se comunique cómo destino la ciudad y Cantabria se preparan para acoger eventos seguros. Nosotros también elaboramos documentos propios, recopilamos toda la normativa que aplica tanto a nivel local como a nivel nacional

**La pandemia nos ha afectado a todos. En Santander estábamos con unas cifras buenísimas de visitantes, como de congresos que acogíamos, actos, eventos etc. ¿Cree que Santander se va a recuperar pronto de la crisis derivada de la pandemia?**

Creo que ahora mismo es muy difícil hacer previsiones porque estamos en un entorno muy cambiante porque no depende de nosotros, desde la normativa a circunstancias sanitarias que van más allá de nuestro alcance, le puedo decir que nosotros trabajamos muy duro para estar preparados para facilitar que en las condiciones que estemos Santander pueda ser sede para la organización de eventos y que los organizadores se sientan seguros y los asistentes también. También trabajamos para que todos los prescriptores que ayudan a que la ciudad sea un destino MICE. Me gustaría destacar que para nosotros es muy importante que desde esta oficina y desde el ayuntamiento empezando por la alcaldesa, continuando por la concejala, todo el equipo técnico que hay detrás, siempre se ha tenido muy en cuenta el trabajo que los prescriptores locales realizan y aquí si nos gustaría destacar la labor de los profesionales del sector médico sanitario realizan para conseguir en Santander y Cantabria sea un destino destacado, un destino de congresos principalmente, y bueno toda la labor del sector médico sanitario, del hospital universitario, de la universidad de los colegios profesionales es importantísimo, porque son unos tractores determinantes para que Santander sea considerado un destino de referencia en lo que tiene que ver con congresos.

**Cuál es la diferencia de la OPC a la Convention Bureau.**

Un Convention Bureau está al servicio de una OPC, Convention Bureau hace la promoción del destino, facilita tanto al OPC como a toda la cadena de valor que interviene en la organización de un evento. Que el evento se desarrolle en la ciudad y en las mejores condiciones, y nosotros siempre vamos a intentar que sea un organizador local, el que organice el evento y vamos a intentar favorecerle en toda la medida de lo posible, igualmente ayudaremos a todo aquel que, aunque no sea organizador local como sucede muchas veces, pero deciden organizar su evento en Santander, nosotros tenemos que ayudar. Nosotros no organizamos los eventos, ayudamos

a que se conozca el destino, y los recursos y entre los proveedores, esos son los OPC, las agencias, los organizadores profesionales, no solo las AAVV con departamentos de congresos o de empresas, sino que hoy en día la organización de eventos va más allá de únicamente el ámbito de viajes, hay empresas de comunicación, de marketing, de publicidad, hay organizadores de incentivos. en fin, la comunidad de agentes que están en el sector MICE es muy amplia y nuestra labor es apoyarle a todos ellos, pero nosotros no realizamos la organización profesional, nosotros trabajamos para que se organicen eventos en este destino y de esa manera organizamos a todos los involucrados.

**¿Qué piensa de la oficina de convenciones como dinamizador de un destino? ¿Cree que es una buena herramienta para impulsar el turismo y desestacionalizar un destino como Santander?**

Creo que es una herramienta importantísima, hay diferentes herramientas para posicionar un destino en el mercado MICE. Contar con una oficina de congresos como un Convention Bureau es muy importante, este hace principalmente las labores antes mencionadas que son las de promoción de destino, prestación de apoyo y gestión de información de todo lo que tiene que ver con los datos que están relacionadas con el sector MICE. desde el Convention Bureau somos también el interlocutor para toda la comunicación a nivel institucional y por supuesto somos un interlocutor muy importante entre los representantes institucionales y el sector privado. El sector privado, que al final es el que crea el destino por lo tanto nosotros estamos a su servicio y trabajamos para generar negocio y fortalecer la industria MICE a nivel local sin ninguna duda, el mismo crea destinos que no depende del turista vacacional que desestacionalizan que tienen un impacto económico importantísimo y que además contribuyen a que los destinos se beneficien del legado de toda la actividad que deja la celebración de un congreso, una convención de empresas que normalmente están muy vinculadas con temas de innovación, de crecimiento, de desarrollo económico, industrial o bueno, de cualquier otro ámbito académico, porque la naturaleza de los congresos, de los simposios, de las jornadas, es muy amplia. Dejando también un poso en el destino donde se celebra y eso es muy importante para el desarrollo de la población y de la comunidad, por lo tanto, nosotros contribuimos a ello y claro que somos importantes en el desarrollo del posicionamiento de los destinos.

## **Carolina Gómez Paniagua**

Coordinadora del Servicio de Información Turística y Publicaciones. CANTUR, S.A.

### **¿Qué opina de las oficinas de convenciones como elemento dinamizador de un destino? ¿cree que es algo nuevo? ¿Qué está en crecimiento?**

Creo que las Convention Bureau llevan ya bastante tiempo llevando a cabo la labor en cada región o en cada comunidad. Hay casos de Convention Bureau que trabajan muy bien, a la vista está el de Santander pero conozco el trabajo de muchos otros, y creo que es una labor importante porque a la hora de vender un destino global para un Congreso para una entidad para una asociación es importante esa labor aglutinadora de toda la información del destino porque a veces cada empresa en particular o a la hora de organizar un Congreso y buscar información de un destino si te pones a buscar cada cosa por separado pues la información se pierde, si no llega todo lo que tiene que llegar entonces sí creo que es importante a la hora de promocionar el destino MICE

### **¿Cómo cree que inciden las oficinas de convenciones en un destino? ¿en Santander, como cree que es la importancia a la hora de combatir la estacionalidad de un destino, con un clima tan cambiante como es el caso de Santander?**

Sobre todo en Santander, que es una ciudad que reúne muchos puntos fuertes a la hora de realizar un congreso, como son una buena oferta alojativa, un aeropuerto internacional, tiene buenas comunicaciones con Madrid, Barcelona, así como con distancias cortas entre un punto y otro, una serie de oferta complementaria buenísima, ya sea la gastronomía como las diferentes actividades para los acompañantes de los congresos, instalaciones magníficas, Santander ciudad y todo los alrededores, es decir la región, hacen un buen conjunto para realizar eventos o congresos en la zona. "tenemos mucho en un territorio pequeño".

### **¿Qué Piensa de Santander como destino MICE? ¿cómo cree que la pandemia ha perjudicado al turismo en Santander?**

Bueno ha afectado bastante, lo sé porque me mantengo al día leyendo noticias de los compañeros y afecta bastante porque se ha dejado de organizar eventos con grupos, incluso los pequeños, llegó un momento en el que no se hacía nada, pero sí que es cierto que se está retomando la actividad reforzando la idea de que son **actividades seguras**, que se pueden seguir realizando eventos, ya sea en formatos híbridos, o en formatos más pequeños, o eventos multitudinarios con mucho control de aforo y todas las medidas de seguridad,

entonces yo creo que eso va a ir calando poco a poco en los eventos, a medida que vayan evolucionando y se vayan organizando más y la gente acabe ganando esa confianza que se perdió cuando surgió la pandemia.

**¿Se ha notado en las instalaciones de CANTUR? Suele tener muchos visitantes de procedentes de eventos o más bien es familiar.**

En las instalaciones de CANTUR el cliente o visitante final, suelen ser familias o personas que vienen por vacaciones, a visitar Cabárceno o el Teleférico de fuente de principalmente, no obstante, en temporada media, media-baja, puede haber reservas para comidas o para eventos.

**¿Tiene alguna relación CANTUR con la Convention Bureau de Santander? ¿tienen comunicación?**

Si, a través de la dirección general de turismo hay escrito un convenio de colaboración, que apoya la dirección general de turismo a 3 partes, Convention Bureau, Ayuntamiento y la atención general de turismo a través de CANTUR, es decir se realizan muchos convenios y se apoya económicamente muchas acciones también.

**¿Cree que Santander y me refiero también a Cantabria, está preparada como las grandes ciudades para acoger eventos de gran magnitud?**

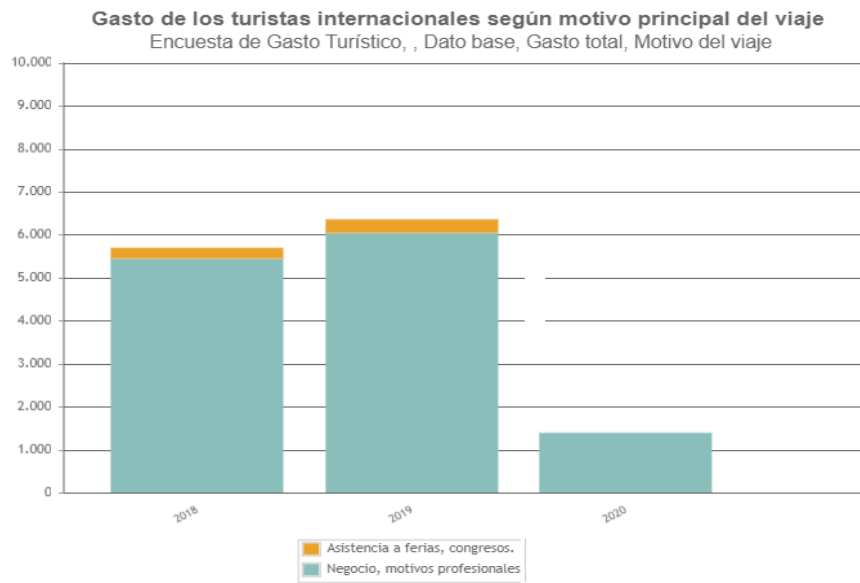
Si, con ciertos matices, es decir si en los núcleos grandes como Santander y en las ciudades un poco más grandes, pero si hay zonas de interior donde no es tan fácil mover grandes grupos por capacidades alojativas, o restaurantes que con esos grupos es necesario tener esa oferta, hay mucha oferta en la zona costera, pero luego al diversificar o hacer eventos en otras zonas de Cantabria, tiene que ser en grupos más pequeños.

**Cómo ve el panorama de cara a un futuro. ¿Cree que la ciudad y Cantabria volverá a recuperarse pronto de la pandemia? ¿Cree que el sector MICE podría ser un eje económico en la zona? (opinión personal)**

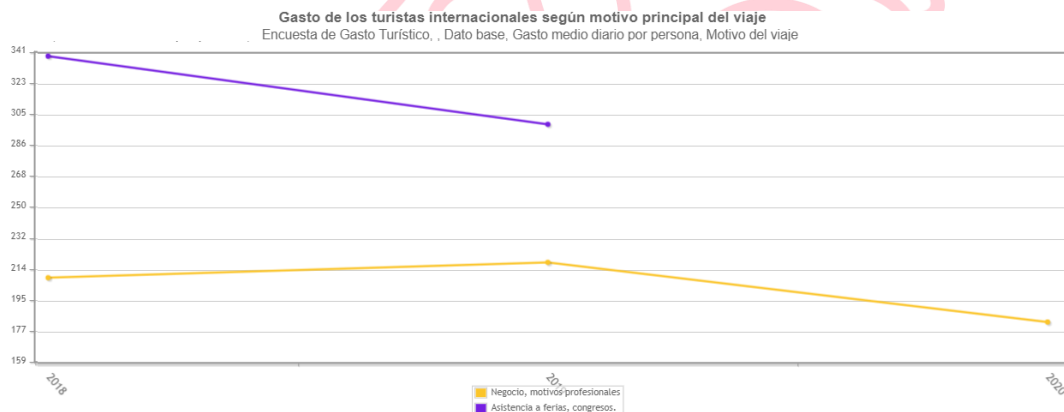
Yo creo que el sector MICE es uno de los puntos fuertes a la hora de desestacionalizar el turismo, en Santander ciudad a la vista está que con la pandemia se han cerrado un montón de hoteles, que en temporada intermedia, invierno y otoño trabajan con el cliente MICE exclusivamente, grandes hoteles del sardinero, los restaurantes, hay muchos servicios que dependen de toda esa actividad, yo creo que se va a retomar, es cierto que no a la misma magnitud que estábamos acostumbrados, pero poco a poco si se irá retomando, con eventos híbridos, (parte online parte física).

## 4.2. Anexo II

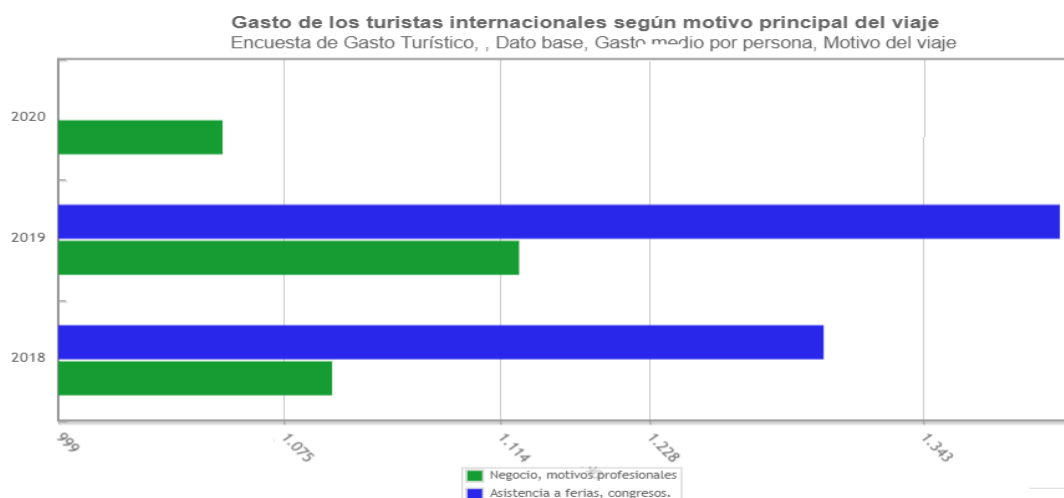
### Anexo 01 Gasto Turismo MICE o de congresos 2018-2020. Gasto anual en turismo de congresos



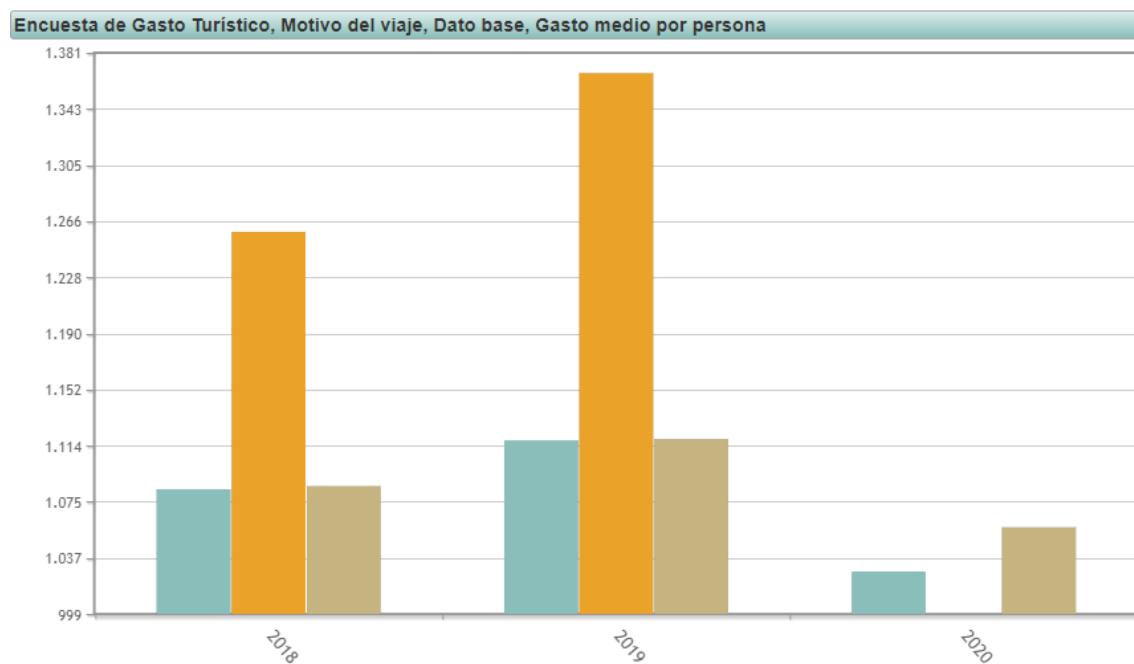
### Anexo 02 Gasto Turismo MICE o de congresos 2018-2020. Gasto medio diario por persona



### Anexo 03 Gasto Turismo MICE o de congresos 2018-2020. Gasto medio por persona



*Anexo 04 Comparativa gasto medio por persona turista MICE y turista vacacional de sol y playa 2018-2020*



Escuela Universitaria  
de **Turismo**

**ALTAMIRA**